

韓国 No.1 ヘルス&ビューティーストア「CJ オリーブヤング」が
「KCON JAPAN 2025」に今年も出展決定！
K ビューティーの世界に没入する“学校”がコンセプト
「The Real K-Beauty! OLIVE YOUNG SCHOOL」

期間：2025 年 5 月 9 日（金）～11 日（日）

会場：幕張メッセ 1～8 ホール(〒261-8550 千葉県千葉市美浜区中瀬 2 丁目 1)



CJ オリーブヤングジャパンは、2025年5月9日（金）から11日（日）まで幕張メッセにて開催される「KCON JAPAN 2025」に今年も出展いたします。今年は、「The Real K-Beauty! OLIVE YOUNG SCHOOL」と題し、“学校”をコンセプトにKビューティーの真髄を深掘る没入型の体験を提供します。

■日本にとっての化粧品最大輸入相手国・韓国 — 日本におけるKビューティー人気は年々増加

韓国は、アメリカと日本への化粧品輸出トップの地位を確立しており、輸出量ではフランスを上回っています。日本は、米国、中国に次ぐ世界第3位の美容市場であり、日本の消費者からのKビューティー人気は年々高まり続けています。2023年時点で、韓国コスメは日本市場全体の約9%のシェアを占めており、日本輸入化粧品協会によると、2024年上半期の日本の化粧品輸入総額は2,090億8000万円、そのうち韓国コスメは約600億円と約3割を占め、2年連続で韓国が日本の最大化粧品輸入相手国となるなど、韓国にとって日本は最も重要な美容市場の一つと言えます。

■韓国No.1のヘルス&ビューティーストア「オリーブヤング」の日本展開戦略とは

2024年、オリーブヤングは韓国を訪れる外国人旅行者にとって、“必ず立ち寄りたい”ショッピングスポットとしての地位を確立しました。昨年は189カ国からの外国人観光客が韓国国内の店舗を訪れ、合計942万件の取引が行われました。国連加盟国が193カ国であることを踏まえると、世界のほぼすべての国からのお客様がオ

リーブヤングを訪れたことを意味します。この驚異的な数字は、Kビューティーのグローバルな魅力が国や地域を超えて広がっていることを如実に示していると言えます。同時期に、外国人観光客が訪れたオリーブヤングの店舗数は1,264店にのぼり、これは韓国内の全店舗数（2024年第4四半期時点で1,371店）の約92%に相当します。観光スポットとしての人気が高まる中、2024年の外国人観光客による売上は前年比140%と大幅に増加し、中でも、日本人顧客による売上は前年比104%増と顕著な伸びを見せています。

2024年、CJ オリーブヤングはグローバル事業拡大の一環として、日本に現地法人を設立しました。地理的な近さに加え、消費者の嗜好の類似性や、Kビューティーに対する関心の高まりを背景に、日本は北米と並ぶ最重要戦略市場として位置づけています。

また、CJ オリーブヤングは、韓国No.1のビューティー&ヘルスショッピングプラットフォームとして、2009年以降培ってきたトレンド予測力と商品選定力を活かし、スキンケアブランドの『BIOHEAL BOH』や『BRING GREEN』、カラーコスメブランドの『wakemake』や『COLORGRAM』、フレグランスブランドの『ROUND A'ROUND』、ヘルシースナックブランドの『Delight project』など、韓国の多様なビューティー&ウェルネスの魅力を体現する幅広い自社プライベートブランド（PB）を開発・展開してきました。これらの製品は、現在日本をはじめとする世界各国へ輸出されています。

現在、オリーブヤングの上記7つのプライベートブランドは、楽天市場やQoo10などの主要ECプラットフォームに加え、ロフトやPLAZAといった実店舗でも取り扱われており、2020年から2024年にかけて、日本におけるオリーブヤングのプライベートブランドの売上は、年平均で100%を超える成長を遂げ、日本市場での高い支持と関心の高まりを示しています。

今後、CJ オリーブヤングはEコマース事業（オリーブヤンググローバルアプリ・ウェブサイト）とプライベートブランド輸出（ブランド事業）の両軸を強化する戦略を通じて、日本市場での事業展開をさらに加速させていく方針です。

■オリーブヤング出展ブース「The Real K-Beauty! OLIVE YOUNG SCHOOL」について

<BIOHEAL BOH ゾーン>

BIOHEAL BOH（バイオヒールボ）は、肌にハリとうるおいを与える革新的なマイクロバイオーム技術の活用で韓国でも注目を集める、オリーブヤングのプライベートブランドです。メイン商品は、マイクロバイオラボとの共同開発によるプロバイオダーム™*1ラインです。独自の研究所で肌トラ

BOH
BIOHEAL

ブルへの確実なアプローチを求め、肌への使用感や仕上がりを追求し、独自に設計された技術とテクスチャーを採用し導き出したバイオスキンソリューションから商品を開発。「スローエイジング」をテーマに掲げ、年齢とともに悩みが増える肌を応援します。ベストセラーである「タンタンクリーム」の人気の牽引され、BIOHEAL BOHは日本市場に置いて、2023年に楽天とQoo10で合計22億円（約2000億ウォン）の売上を達成。2024年には、ロフトやPLAZAといった日本の大手小売店に進出し、オフラインでの展開を拡大しています。

BIOHEAL BOH ゾーンでは、人気アイテムが学校のロッカーや掲示板に展示され、まるで学生時代に友達とコスメ情報を交換し合ったような、ちょっと懐かしい雰囲気を楽しむことができます。また、保湿・美白*2・ハリなど、肌悩みに合わせたスキンケアアイテムを自由に試すことができ、スタッフへのスキンケア相談も可能です。

*1 乳酸桿菌発酵液、フルクトオリゴ糖、フルクトタン、イヌリン、パンテノール、ベタイン、β-グルカン（すべて皮膚コンディショニング剤）

*2メラニンの生成を抑え、シミ、そばかすを防ぐこと

<BRING GREEN ゾーン>

BRING GREENは、自然派のヴィーガンスキンケアブランドです。ブランドのベストセラーである「ジंकテカトラブルセラム」は、肌へのやさしさを追求した処方と軽いテクスチャーが人気で、2023年には、訪韓日本人観光客の間に前年比415%の売上増を記録し、マストバイアイテムとしての地位を確立しました。

>> BRINGGREEN

ブースでは、来場者がジंकテカを使って肌トラブルから世界を救う、ちょっと変わったラボがコンセプト。ジंकテカラインの商品を試すことができるラボスタイルのエリアや、シカの約5倍肌をすこやかに整える効果を持つジंकテカのパワーを示すバランススケールゲームなどの体験をご用意。また、商品を実際に試していただける他、トライアルキットをプレゼントします。

<wakemake ゾーン>

wakemakeは、自分だけのカラーで自分を表現する、ヤングプロフェッショナルメイクアップブランドです。2023年には、日本最大のコスメ専門店である@cosme TOKYOでのポップアップストアが成功し、日本で大きな注目を集めました。また、昨年韓国を訪れた日本人観光客の売上も前年比128%を達成しました。

wakemake

ブースでは、体育館をコンセプトにデザインされ、バスケットボールを連想させる活気あふれ、弾むようなカラーを体験いただけます。ベースからグリッターまでカバーするオールインワンアイパレットや、肌に生き生きとした輝きを与えるパウダーやリップティントなど、トレンドのメイクアップアイテムなど、wakemakeのカラフルで遊び心あふれる全製品ラインナップをお試しいただけます。

<COLORGRAM ゾーン>

COLORGRAMは、次世代の「ティーントレンド」を提案するメイクブランドです。ティーンエイジャーが手軽にたのしめる、遊び心あふれるアイテムを提供しています。鮮やかなカラーバリエーションが特徴で、日常にハッピーなエネルギーをプラスし、大胆で明るい色合いを通して、一人ひとりが持つ個性を自由に表現することを応援します。

colorgram

COLORGRAMゾーンでは放課後の教室をイメージ。カラフルなメイクアップアイテムを実際に試しながら、ワクワクするような空間を楽しめます。まるで学生時代を思い出すようなメッセージを黒板に残すことや、COLORGRAMオリジナルステッカーや人気商品が当たる抽選会に参加いただけます。さらに、COLORGRAMのイメージモデルを務める人気K-POPグループ、「ZEROBASEONE」とのコラボレーションしたフォトブースもご用意しました。

<Delight project ゾーン>

Delight projectは、健康的な原材料と製法にこだわり、手軽に楽しめるサイズ感とヘルシーさで、日々の生活にちょっとした喜びをもたらすスナックブランドです。ベークルチップスをはじめ、本物の果物や野菜を使用した植物由来のおやつや、高タンパク質スナックなど、バラエティ豊かな健康志向のお菓子を展開しています。韓国ならではの独特な食感と、ギフトにも最適な洗練されたパッケージが特徴で、オリーブヤングを訪れる日本人観光客の間に、人気ブランドトップ10に選ばれるほどの支持を得ています。


Delight project

Delight projectの人気のお菓子を小道具として使った特別なフォトゾーンを設置。ベストセラーのベークルチップから、韓国の伝統的なパリパリの海苔チップスである「キムブガク」やハチミツクッキー、さらにはプロテインスナックまで、さまざまな商品と一緒に写真を撮ることができます。

<オリーブヤング グローバルアプリ体験ゾーン>

オリーブヤンググローバルアプリ体験ゾーンでは、オリーブヤンググローバルアプリを通じて、いつでもどこでも手軽にKビューティー&ヘルスブランドを探し、買い物を楽しむことができます。

ブースでは、昔懐かしい“学校の売店”をコンセプトに、アプリの紹介に加え、便利なショッピング体験や6月に開催するオリーブヤングのセールの注目ポイントなどをご紹介します。

<K-Super Rookie with Young ゾーン>

「K-Super Rookie with Young ゾーン」では、CJ オリーブヤングと韓国中小ベンチャー企業部が共同で運営するプログラムで、韓国国外へ輸出可能性のある韓国の有望な中小ビューティー企業を発掘し、育成することを目的としています。

このゾーンでは、2023 年 12 月のパイロットプログラムで選抜された 20 もの新進気鋭の K ビューティーブランドが、各 2 つずつ主力製品（合計 40 製品）を展示します。

来場者は、バーカウOUNTERに展示された製品を自由に試すことができ、気に入ったアイテムをギフトボックスに入れて持ち帰ることができます。また、オリーブヤンググローバルアプリを通じて直接購入することも可能です。

■「The Real K-Beauty! OLIVE YOUNG SCHOOL」実施概要

- ・開催期間：2025年5月9日（金）～11日（日）
- ・開催時間：10:00～18:00
- ・開催場所：幕張メッセ 1～8ホール
〒261-8550 千葉県千葉市美浜区中瀬 2 丁目 1
- ・アクセス：JR京葉線 『海浜幕張駅』から徒歩約5分

■KCON JAPAN 2025について

KCONは、K-POPコンサートと、ビューティーやフードをはじめとする最新の韓国ライフスタイル トrendを参加者が直接体験できるイベントを融合した、世界最大級のK-POPファンとアーティストの祭典です。2012年に米国で初めて開催されて以来、日本、UAE、フランス、メキシコ、オーストラリア、タイ、サウジアラビアなど世界14の地域で開催され、韓国のポップカルチャーをグローバルなオーディエンスに紹介してきました。昨年5月に開催された「KCON JAPAN 2024」は、14万人という過去最高の来場者数を記録し、約100のステージで44組のアーティストが出演し、日本で開催されたKCONとして最大規模となりました。

今年、KCONはアジア初の拠点となった日本において、ファン向けのプログラムをさらに拡充し、多様なコンテンツをご用意。人気アーティストによるパフォーマンスや、アーティストとファンの交流を深めるインタラクティブなステージに加え、新企画も予定されています。

【イベント情報】

イベント名：KCON JAPAN 2025

開催日：2025年 5月9日(金) ～ 11日(日)

開催場所：幕張メッセ

企画：Mnet 制作：PROMAX

運営：DISK GARAGE

公式ホームページ：https://kconjapan.com

公式X(旧Twitter)：@kconjapan

公式Instagram：@kconjapan

公式Youtube：KCON official

■CJ オリーブヤングについて

CJ オリーブヤングは、1999年に創業した韓国No.1のヘルス&ビューティーストアです。グローバルライフスタイル企業であるCJグループの子会社として、世界中のお客様に「ヘルシービューティー」という価値を提供し、業界をリードしています。1,370店舗以上の展開、20年以上にわたる豊富な実績、データに基づくインサイト、そして信頼できるパートナーシップを強みに、オリーブヤングは旗艦ブランド「Olive Young」を通じて、トレンド性と効果性を兼ね備えたK-ビューティーおよびウェルネス製品を厳選してお届けしています。オリーブヤングは2019年に「オリーブヤンググローバル」を開設し、世界150カ国にサービスを提供し、国内のオンラインモールの会員数は1500万人に達しています。

さらに、オリーブヤングは、BIOHEALBOH、wakemake、BRING GREEN、COLORGRAMをはじめとする自社プライベートブランド（PB）の開発と輸出を積極的に行っています。これらのブランドは、K-ビューティーの世界的なリーチと認知度を高め、韓国市場を超えたさらなる成長を目指しています。

昨年、オリーブヤングは日本現地法人を設立したのに続き、2024年には米国カリフォルニア州ロサンゼルスにCJ Olive Young USAを設立しました。これにより、今後米国や日本といった主要グローバル市場での事業拡大を加速させ、世界No.1のグローバルK-ビューティー ショッピングプラットフォームとなることを目指しています。